

Tesis
2309

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Carrera: Publicidad

Materia: Seminario de Investigación

Titular: Profesor Juan Bautista González Saborido

Alumno: Pablo Eduardo Rossi

Tema: La T.V. y los estereotipos

Abril de 1996

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo esta dedicado integramente a mis padres, ya que sin su apoyo no hubiera sido posible llegar al final de este largo camino, que fué esta carrera universitaria.

Otro muy especial agradecimiento a mi esposa por apoyarme, ayudarme y ser un firme sostén en los momentos en que la necesité.

Y por último, un especial agradecimiento a mi hija que no me ayudó mucho, por que es muy chiquita, pero gracias a ella conocí el valor de la vida.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Dedicado a:

Mis padres

Paula

Sofía

INDICE

AGRADECIMIENTOS	2
INDICE.....	3
INTRODUCCION	4
OBJETIVOS	6
CAPITULO I: LOS MEDIO DE COMUNICACION SOCIAL	7
Los medios, La sociedad y los modelos	
CAPITULO II: LA TELEVISION	12
La televisión como instrumento. Diagnostico televisivo.	
Cuando la TV juzga a la TV	
CAPITULO III: LA PROPAGANDA	30
El periodismo no debe ser un poder. Una elite mediatica. El escenario público.	
Hablan los expertos	
CAPITULO IV: LOS DIBUJOS ANIMADOS	44
Los dibujos animados como vehiculo alternativo. Otro espejo	
CAPITULO V: LA PUBLICIDAD Y EL MARKETING	54
La publicidad y el marketing: Deseos y necesidades. Algunos ejemplos	
CAPITULO VI: LOS ESTEREOTIPOS	73
Los estereotipos	
CONCLUSION	77
BIBLIOGRAFIA	81

INTRODUCCION:

Los medios de comunicación : Se ha hablado muchas veces de que la mayor causa de manipulación en la sociedad en que vivimos, o mejor dicho, como vivimos en sociedad, son los medios de comunicación social y principalmente la televisión: La violencia, la droga, una escala de valores poco acorde con la moral son algunos de los síntomas de que algo esta cambiando en el seno de la sociedad, este cambio puede ser generado aleatoreamente, deliberadamente o en una cuota de ambos. Este tipo de síntomas ¿son reflejados en los medios, o los medios crean estos síntomas para imponerlos en la sociedad? Aquí estamos hablando de: los parámetros del éxito, la violencia, o el ideal de belleza por ejemplo.

En este trabajo intentaremos rastrear uno de los elementos que canalizan estos síntomas o mas bien los sintetizan "los estereotipos".

Por que nuestra sociedad pierde sus individualidades, es su naturaleza social, la que nos lleva a tratar de parecernos cada vez más entre nosotros, o el parecernos a un modelo nos hace más vulnerables y fáciles de dominar.

En una sociedad de consumo, o que pretende serlo, es mucho más negocio que a la mayoría de las personas les gusten las mismas cosas o que las ambicionen y tengan los mismos deseos o necesidades.

Y si partimos desde el punto de vista del individuo, no debemos subestimarlos ya que tiene los mecanismos necesarios para saber cuándo le están imponiendo un molde o los valores sociales están en decadencia ... o no. Son ellos o nosotros mismos mejor dicho, con nuestro voráz apetito de **éxito** los que nos imponemos ser como los modelos , porque mientras más cerca de este molde más exitosos somos, **un BMW, un duplex, un celular, un romance con la modelo y ya está el sueño del pibe, el yuppie.** ¿Pero este sueño del pibe se da igual en todos los niveles sociales o hay diferentes modelos para diferentes clases sociales?. **Maradona** es el modelo de determinada clase de personas, o de personas que tienen ciertas necesidades, en cambio **Daniel Scioli** (para citar dos deportistas) es el **espejo** de otras.

Ahora bien, ¿quién maneja este **parecer o ser un estereotipo**?. La sociedad, los individuos que la forman o los medios por donde circulan los mismo (llamense medios masivos de comunicación).

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

OBJETIVOS

EL HUEVO O LA GALLINA:

Qué se produce antes: los medios crean un estereotipo y se lo imponen a la sociedad. La sociedad con sus pautas, usos y costumbres, le marcan a los medios cuales son sus exigencias y cuales son sus arquetipos o, y aquí mi propuesta, los medios toman de la sociedad valores, necesidades y proyectos y los plasman en una conjunción de estereotipos, reforzandolos a su conveniencia.

Los estereotipos son un sinónimo de aceptación o un facilismo de elección y proyectos propios.

Los medios toman de la sociedad lo que necesitan para crear sus moldes.

La sociedad crea sus moldes para fortalecer sus vínculos en la masificación.

Los individuos al no tener proyectos propios utilizan a los estereotipos como meta o fin.

METODLOGIA

Para el siguiente trabajo se utilizo un diseño descriptivo considerando que existen trabajos anteriores sobre el tema.

CAPITULO I
LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

LOS MEDIOS, LA SOCIEDAD Y LOS MODELOS

Según el CONCILIO VATICANO II "INTER MIRIFICA" Los medios son una creación del hombre por tanto son manejados por hombres, y aquí una advertencia: Estos instrumentos rectamente usados, prestan ayuda valiosa al genero humano, puesto que contribuyen a unir, a cultivar los espíritus, a propagar y a firmar el reino de Dios; pero sabe también que los hombres pueden utilizar tales medios contra los mandamientos del creador y convertirlos en instrumentos de su propio daño.

Según MAURO WOLF (1987) Los medios de comunicación tienen entonces un poder absoluto sobre los humanos y depende con que intenciones se lo utilice se logran los objetivos ... o no. Basandonos en los estudios a largo plazo, y poniendo de manifiesto que las comunicaciones no influyen directamente, sino que es un efecto cognoscitivo sobre los sistemas de conocimientos del individuo, y acumulativos.

Según Walter Lippman, en cada generación se da un ordenamiento, unificación y mejoramiento de los estereotipos por parte de los pequeños grupos de hombres, sin duda este reacomodamiento gradual y pausado de los modelos se hace en gran medida por los medios de comunicación, los cuales son manejados sin duda por un pequeño grupo, consiguientemente los medios no solo tienen un papel reforzativo en relación con los valores y estereotipos, sino que también colaboran en su creación y recreación ya que incluso lo estandarizado necesita renovación y originalidad. "Lo que se ofrece como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas de algo siempre idéntico".